

Der Kunde wird verraten

Bedenkliche Entwicklungen

Alt werden ist nicht immer erfreulich, nicht nur wegen der Zipperlein, die das Alter mitbringt, sondern auch, weil man längerfristige Entwicklungen eher erkennt, als in jungen Jahren.

Beispiel Schuhe: Meine Wanderstiefel sind von 1979. Sogar meine Skischuhe aus den sechziger Jahren könnte ich noch benutzen. Aber irgend wann sank die Qualität neuer Schuhe. Ein billiges Paar Halbschuhe war nach drei Monaten nicht mehr reparierbar. Ich stellte es der Kette auf die Theke und verkündete nie mehr bei ihnen einkaufen zu wollen. Nicht sehr viel später gab das Geschäft auf. Sicher nicht wegen mir. Vermutlich hatte es versucht mit billiger Ware zu überleben und merkte, dass das auf Dauer nicht ging.

Viele Jahr lang ließ ich ein paar sehr schöne Sandalen immer wieder reparieren und besohlen. Als das nicht mehr ging, kaufte ich mir ein paar teure Sandalen bei Mephisto, von denen die Verkäuferin behauptet, ihr Mann trüge sie schon fünf Jahre. Ein alter Schuhmacher meinte, dass die für diesen Preis auch reparierbar sein sollten. Im übernächsten Sommer waren sie ein Totalschaden; Sohle gebrochen. Ich ging zur Mephisto. „Sie sind damit zu viel gelaufen!“ erfuhr ich dort. Seither meide ich die Marke. Ich versuchte zu rekonstruieren, wie viel ich in eineinhalb Sommern gelaufen war und kam auf wenig hundert Kilometer, denn der Sommer ist ja nicht so lang, dass man viele Monate lang Sandalen tragen könnte. Also hätten als Erste meine Halbschuhe kaputt gehen müssen.

Ähnliches hatte ich zwar auch schon mit Halbschuhen von Salamander erlebt, aber anstandslos Ersatz bekommen, bzw. den Kaufpreis, weil sie selbst die Schuhe nicht mehr reparieren konnten und dieselben Schuhe nicht mehr hatten. Mittlerweile habe ich mir teure, aber handwerklich geschaffene Schuhe gekauft, die ich bereits besohlen ließ, die aber dank Pflege immer noch fast, wie neu aussehen und mich mit etwas Glück überleben werden.

Irgend wann kaufte ich verzweifelt ein paar billige Sandalen, die kaputt gingen, als das veredete Polyurethan schwach wurde. Nun frage ich mich, ob ich mir noch Sandalen machen lassen soll, oder ob sich das nicht mehr lohnt.

Ich bin jedenfalls nicht mehr bereit in Schuhgeschäfte zu gehen und dort den Verkäufern zu erklären, weshalb das, was sie mir anbieten, nichts taugt. Dazu ist mir meine Zeit zu schade.

Wenn man sich fragt, was da in den letzten Jahrzehnten geschah, dann liegt der Verdacht nahe, dass gute Qualität Vielen zu teuer war, weil sie nicht bedachten, dass billig kaufen auf Dauer ziemlich teuer wird, weil die Haltbarkeit zu gering ist. Also versuchten die Geschäfte mit Billigangeboten Kunden ins Geschäft zu locken, die freilich nicht so haltbar waren, wie gute Ware. Das funktioniert bei Leuten, die keine Warenkunde mehr haben und nicht wissen, wie sie gute Qualität erkennen können, oder bei Leuten, die Schuhe, wie Autos kaufen nach dem Aussehen und nicht danach, wofür sie taugen. Diese Leute kaufen sich dann auch, weil sie

sowieso meist mit dem Auto unterwegs sind „Carshoe“, Stiefel, die bereits beim Kauf schmutzig aussehen und vermutlich gar nicht zum Laufen taugen.

Dass Schuhe für Marathon-Läufer über 200 Euro kosten und nur ein Jahr lang halten, ist kein Wunder, denn sie sind in dieser Zeit oft über 2000 Kilometer unterwegs gewesen. Aber diese Art von Schuhen kann man meist nicht besohlen lassen.

Der Handel hat wohl in der Hoffnung auf höhere Gewinne versucht mit billiger Ware den Wünschen der Kunden entgegen zu kommen, anstatt die Kunden richtig zu beraten und ihnen zu einer vernünftigen Anschaffung zu verhelfen, an der sie viele Jahre lang Freude hätten haben können. Nein, man sparte am Material und an der Beratung, obwohl man wissen konnte, dass das auf Dauer nicht gut geht, wenn man minderwertige Ware überteuert anbietet und die Kunden langfristig enttäuscht. Hinzu kamen Marken, die ihren jungen Käufern einredeten, man müsse Schuhe nicht pflegen, aber verschwiegen, dass sie auf diese Weise mehr Schuhe zu verkaufen und mehr Gewinn zu machen hofften.

Kurz: Diejenigen, die es hätten wissen müssen, haben ihre Kunden nicht richtig beraten, sie also verraten, und „schnelle Gewinne“ bevorzugt. Die Kunden meinten ein Schnäppchen zu machen, wurden aber ausgenutzt, was nur möglich war, weil sie oft keine Ahnung mehr haben.

Beispiel Rechner: Eine Schreibmaschine war früher eine Anschaffung fürs ganze Leben. Das änderte sich vielleicht schon mit der elektrischen Schreibmaschine, aber spätestens mit dem Computer. Die Rechner hielten wesentlich länger, als die Programme, die darauf liefen. Das war bei den Druckern schon früh anders. Die meldeten, der Tintenauffangbehälter sei voll und müsse ausgetauscht werden, wie es auch die Gebrauchsanweisung empfahl. Nur gab es niemand, der das gemacht hätte, geschweige denn das Ersatzteil. Also sollte man wegen eines kleinen Teils, oft nur ein Schwämmchen, den Drucker wegwerfen und durch einen Neuen ersetzen, der zudem meistens andere Tintenpatronen benötigt, sodass die alten wertlos wurden. Was für eine Vergeudung von Material und Geld! Alle paar Jahr soll man einen neuen Drucker kaufen, nur, weil die Branche den Gewinn über den Umweltschutz und die Interessen der Kunden und der Allgemeinheit stellt! Das ist auch eine Form von Verrat und Betrug.

Wer sich beim neuen Drucker über den hohen Tintenverbrauch wundert, sollte in der Betriebsanleitung mal nachlesen, ob der Drucker nicht ständig am Stromnetz hängen sollte, denn wenn er das nicht ist, führt er bei jedem neuen Kontakt zum Stromnetz erst einmal eine Reinigung durch, die Tinte verbraucht.

Bei den Rechnern gibt es ähnliche Entwicklungen, etwa wenn bei mobilen Geräten der Akku fest ins Gerät geklebt wird, so dass man ihn nicht selbst ersetzen kann, wenn er im Alter schlapp macht. Nur der Hersteller sei zum Austausch befugt und befähigt, heißt es. Wieder werden die Interessen des Herstellers und der Händler höher bewertet, als die des Kunden.

Bei den Mobiltelefonen gab es ähnliche Entwicklungen, da deren Haltbarkeit immer geringer wurde, mit dem Argument, die Kunden wollten sowieso jedes Jahr ein neues Gerät. Auch dort gab es verklebte Akkus von der Firma, die die Kunden „veräppelt“. Kein Wunder, dass der Gesetzgeber Regeln erließ, wie lange Geräte halten sollen, wie lange die Garantie gelten soll und, dass einheitliche Stecker Pflicht werden, sowie die Möglichkeit von Reparaturen.

Dass auch die Gesundheit der Kunden keine Rolle spielt, kann man daran erkennen, dass ungefähr ein Viertel der jungen Erwachsenen bereits an Lärmschwerhörigkeit leiden, weil die Hersteller keine Begrenzer in Kopfhörer einbauen, die die Lautstärke auf ein gesundheitlich unbedenkliches Maß einschränken würden. Man sieht an solchen Beispielen, dass die Hersteller und der Handel den Kunden als Melkkuh betrachten, dem man alles andrehen kann, Hauptsache man macht damit Gewinn. Der Kunde wird sogar zum Teil als Feind betrachtet, den man besiegen will, aber nicht mehr als jemand, dem man dienen oder nutzen möchte. Hier hat sich das Verhältnis zum Kunden völlig gewandelt.

Beispiel Medizin: Der Arzt war früher eine Vertrauensperson, die nach bestem Wissen half oder, wenn nicht mehr zu helfen war, tröstete. Als mein früherer Zahnarzt jeder Rechnung seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen hinzu fügte, fand ich das seltsam. Wozu AGBs, wenn doch sowieso das bürgerliche Gesetzbuch gilt und die Gebührenordnung für Zahnärzte? Später wurde er deutlicher und forderte in Kostenvoranschlägen zu unterschreiben, dass man das, was die Kasse nicht bezahlt, aus eigener Tasche bezahlen werde. So ersparte er sich das Risiko, dass er weniger Geld bekäme, wenn die Kasse die Leistungen für überteuert erachten würde.

Andere Ärzte versuchten den Patienten so genannte „Igel-Leistungen“ aufzudrängen, die die Kasse nicht übernimmt. Es mag Ärzte geben, die in Gegenden mit vielen Kassenpatienten und wenige Privatpatienten keine so hohen Einnahmen haben, wie ein Arzt, der nur Privatpatienten behandelt. Aber dafür können doch die Patienten nichts. Vielleicht ist das auch ein Grund dafür, dass es in manchen Gegenden an Ärzten mangelt.

Eine neue Entwicklung erlebte ich bei meinem Augenarzt. Er hatte eine nette, etwas altmodische Praxis und zog dann in ein Ärztehaus um mit mehreren Kollegen und deren Praxen. Das Haus besteht aus dem typischen Betonregal über einer Tiefgarage, dessen Räume durch versetzbare Wände gestaltet werden und überhaupt nicht auf die Bedürfnisse der Benutzer zugeschnitten ist. Ich hörte später, dass der Arzt selbst nicht sehr glücklich war. Beim letzten Besuch trugen die Sprechstundenhilfen nun neue Abzeichen einer benachbarten Klinik auf ihrer Kleidung. Die Klinik hat einen guten Ruf, aber ich frage mich, wie es zu diesem Wandel kam. War die neue Praxis zu teuer? Oder hatte der Arzt sich damit übernommen?

Ich habe dann im Internet nachgesehen und fand, dass er nun zu einem Medizinischen Versorgungszentrum (MVZ) gehört, hinter dem ein internationaler Konzern steckt, dem sich offenbar eine ganze Reihe von örtlichen Ärzten angeschlossen haben. Das bedeutet, im Hintergrund steht ein Unternehmen, das mit der Medizin und der Gesundheit der Patienten Geld verdienen will. Ob das den Patienten gefällt, ob sie das wollen, oder ob sie das überhaupt mit bekommen, danach fragt niemand. Wenn man dann die Rechnung bekommt, die nicht mehr vom Arzt, sondern von der Klinik stammt, fragt man sich, ob man in Zukunft noch dorthin gehen möchte. Aber wo soll man sonst hin gehen, denn überall droht eine ähnliche Entwicklung und der Arzt kennt einen wenigstens schon lange. Zudem kann die Suche nach einem neuen Arzt schwierig werden. Manche Praxen können keine neuen Patienten mehr aufnehmen, weil sie bereits völlig ausgebucht sind. Manchmal kommt das daher, dass ähnliche Praxen in der Nähe schließen mussten, weil sie keinen Nachfolger fanden.

Es ist die gleiche verhängnisvolle Entwicklung, wie bei den Krankenhäusern, die Geld verdienen und Gewinne machen sollen. Wie soll das bei einer Aufgabe gehen, die der Allgemeinheit dient? Ähnliche Aufgaben, wie Nahverkehr oder Bahn, Kindergärten, Schulen, Universitäten, Museen oder Theater sind ebenfalls auf Zuschüsse angewiesen, weil sie öffentliche Aufgaben wahrnehmen und nicht kostendeckend arbeiten können. Warum nicht auch bei der Gesundheitsvorsorge und der Heilung?

Kurz: Wenn man Bereiche, die der Allgemeinheit dienen, kommerzialisiert, besteht die Gefahr, dass das Gewinnstreben wichtiger wird, als die eigentliche Aufgabe. Dadurch wird das Vertrauensverhältnis, das gerade in der Medizin eine wichtige Rolle spielt, gefährdet und damit die Heilung der Patienten. Dass zugleich der Mangel an Ärzten zunimmt, zeigt außerdem, dass der Markt, der angeblich alles am Besten regelt, überhaupt nicht funktioniert. Zudem fördert das Gewinnstreben die Hektik in den Praxen und behindert damit das Gelingen des Gespräches zwischen Arzt und Patient, weil es möglichst schnell gehen soll.

Wenn aber bei Schulen, Rechnern und Arztpraxen der Kunde und Patient vor vollendete Tatsachen gestellt wird und seine Interessen und Bedürfnisse nur noch am Rande interessieren und die der Gesellschaft, etwa beim Umweltschutz, ebenfalls nicht, dann muss man wohl davon ausgehen, dass die Gewinnmaximierung ein Maß erreicht hat, dass sich gegen die meisten Menschen wendet. Der Staat müsste das eigentlich unterbinden, aber ob er dazu in der Lage ist, oder ob er nur noch hinterher hechelt, ist fraglich.